

Pengaruh kredibilitas celebrity endorser dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Indomie

EKMIL AMALANA

(Pembimbing : Hertiana Ikasari, SE, M.Si)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202545@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli konsumen Indomie . Populasi dari penelitian ini adalah Semua orang yang melihat iklan Indomie dengan Al Ghazali sebagai bintang iklan dan mengetahui produk Indomie. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, dan berjumlah 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisa data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan hasil uji hipotesis dari uji F memperlihatkan bahwa semua variabel independent yakni Daya tarik (X1), Kepercayaan (X2), Keahlian (X3), dan Kualitas Produk (X4) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi Minat beli (Y) secara positif dan signifikan. Hal ini bisa dilihat dari nilai F pada uji-F sebesar 71,312 dan nilai probabilitas sebesar 0,000. Jadi semakin tinggi Daya tarik, Kepercayaan, Keahlian, dan Kualitas Produk maka semakin meningkat juga minat beli konsumen Indomie.

Kata Kunci : Celebrity endorser, Kualitas Produk, Minat Beli

The Effect Of Celebrity Credibility Endorser And Product Quality Toward Customers' Interest Of Buying Indomie

EKMIL AMALANA

(Lecturer : Hertiana Ikasari, SE, M.Si)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202545@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of Celebrity Credibility Endorser and Product Quality toward Customers Interest of buying Indomie. The Population of this research was all people who watch Indomie commercial which is advertised by Al Ghazali as the commercial star and those who know Indomie Product. To obtain the data, the researcher employs purposive sampling with 100 people as the method of this research. Meanwhile, in collecting the data, the researcher used questionnaire. However, in analyzing data, the researcher employs multiple linear regression. The results of this research shows that the hypothesis of F test describes that all independent variables that is sex appeal(X1),Trust(X2),Expertise(X3),and Product Quality(X4) positively and significantly influence to the buying interest simultaneously(Y). It can be seen from the value F of F test with 71,312 and probability value with 0,000. As a result, the higher of sex appeal, trust, expertise and product quality the higher of the customer interest in buying Indomie.

Keyword : Celebrity Endorser, Product Quality, Buying Interest